



DIEGEP N° 6571

Fundamento del Proyecto Docente
Unidad Curricular: Derecho Comercial
Carrera: Técnico Superior en Administración con Orientación en Marketing

Profesora Bazan Beatriz

El derecho es el conjunto de normas que rigen las distintas manifestaciones de la actividad de las personas y la ilimitada variedad de las relaciones sociales. Por razones de simplicidad se ha clasificado el derecho en varias ramas diferenciadas, adecuadas cada una de ellas al género de actividades que pretende establecer su regulación. Es así que nos encontramos, en la materia que nos ocupa el “Derecho Comercial”, que contiene las normas de carácter jurídico que regulan la materia comercial.

Es importante aclarar que todo surge de las transacciones entre personas, de la actividad humana que es el *comercio*, cuyo objeto es el de la mediación entre oferta y demanda, facilitando el intercambio de bienes y servicios y poseyendo como fin la obtención de rentabilidades. Es por ello que esta rama del derecho tiene en la actualidad un contenido sumamente amplio y variado, propio de la trascendencia de los temas de su incumbencia.

Además, la evolución del derecho comercial es el producto de diversos factores y en especial de la contemporaneidad con el avance de las teorías económicas y la aparición permanente de nuevos tipos de transacciones, hasta alcanzar un increíble número de las mismas, que se potencializa, ante los efectos de la globalización económica, que en el mundo en que vivimos se encuentran inmersos los países que lo componen.

Atento a lo expuesto se ha legislado en nuestra materia y en virtud de que las relaciones sociales deben convertirse en nuestro tema, en relaciones jurídicas, quedando ello plasmado, cuando son impuestas por el imperio de una norma jurídica.

En el Código Civil y Comercial de la Nación y leyes complementarias, se ha regulado el Derecho Comercial, sobre temas imprescindibles y de notoria importancia que analizaremos en esta materia, tales como: auxiliares de comercio, transferencia del fondo de comercio (Ley 11.867), contratos comerciales, sociedades comerciales (Ley 19.550), títulos valores (Ley 24.587), concursos y quiebras (Ley 24.522), entre otras. Como vemos, estamos en presencia de instituciones de derecho privado y de derecho económico, cuyo conocimiento resulta inexcusable para el desarrollo de las actividades humanas en el desenvolvimiento de la vida en sociedad.

Ahora bien, la relación del derecho comercial con el marketing resulta de especial importancia en el estudio del mercado actual. Los negocios comerciales y el marketing, en particular, constituyen una materia antigua y a la vez una nueva disciplina. Si la producción directa satisfacía las necesidades del hombre antes del inicio del intercambio comercial entre los pueblos, la especialización en la producción de bienes y servicios y la emergencia consecuente de los mercados data de la antigüedad y es connatural a la existencia de las sociedades.

Sin embargo, el estudio formal de las fuerzas y condiciones que alimentan dichos intercambios y de los principios que operan en la selección de mercados y productos constituye una nueva disciplina académica que cobra creciente importancia a la luz de la complejidad que adquieren las sociedades en la actualidad. En esta disciplina aparece como un particular desafío el estudio de aquellos mercados objetivos que, por su lejanía y características exóticas, implican una indagación en términos comerciales que no puede prescindir de considerar variables culturales desconocidas, pero a la vez determinantes en muchos casos de la viabilidad en la creciente necesidad de internacionalización de las empresas.

De esta forma, esta materia pretende aportar elementos para ampliar el grado de conocimiento de la legislación comercial para el desarrollo de las de empresas y organizaciones, ya que conocer el conjunto de normas del Derecho Comercial, cómo se las utiliza, qué se puede hacer a partir de ellas y qué nos es prohibido surge, entonces, como herramienta esencial para el desenvolvimiento empresarial. Así, tanto para el correcto

desempeño del "*management*"¹ de una compañía como para llevar a cabo un "marketing" adecuado, no puede desconocerse que existe el Derecho y, dentro de él, ciertas ramas específicas que se encargan de la vida empresaria en forma integral. El programa de Derecho Comercial se ha organizado con el fin de procurar introducir al futuro profesional técnico administrativo la comprensión del mundo jurídico y de las principales categorías del Derecho, para que adquiriera un satisfactorio caudal conceptual básico, que le permita explicar e interrelacionar conocimientos, construir esquemas cognoscitivos, y adquirir herramientas y hábitos de aprendizaje y razonamiento.

De acuerdo con lo expuesto, esta materia permitirá al alumno aprovechar los aportes y herramientas de la Disciplina para incorporarlos a la propia vida, obtener capacidad crítica de las situaciones de interacción y de las diversas interpretaciones de que es posible la norma para proyectarlas, después, a la realidad de la vida social impregnada por el Derecho y a la ulterior práctica profesional. Esto es así, ya que el perfil del alumno o egresado en Técnico Superior en Administración de Marketing es aquel que se encuentra preparado para desempeñarse profesionalmente en el ámbito de las empresas u organizaciones, y que debe ser capaz de utilizar las herramientas existentes en ellas y hacerlas funcionar eficaz y eficientemente, como así también, es el creador de estrategias para lograr un mejor desempeño de la administración, por lo que le resulta de suma importancia la incorporación y profundización de los contenidos de este espacio curricular.

Bazan Beatriz

Abogada

Profesora para la Enseñanza Media y

Superior en Ciencias Jurídicas

¹ Técnica de dirección y gestión de empresas.